



ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

ПРОГРАММА И МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПРОЕКТНОЙ ШКОЛЫ

для учащихся 8-10 классов общеобразовательной организации



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Сочинский государственный университет»

МОБУ Гимназия № 1 г. Сочи имени Р.А. Филатовой

**ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

**ПРОГРАММА И МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПРОЕКТНОЙ ШКОЛЫ**

для учащихся 8-10 классов общеобразовательной организации

Сочи - РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ» - 2023

УДК 334
ББК 65.290

Рекомендовано к печати на заседании
кафедры «Управления и технологии в туризме и рекреации»
(протокол № 10 от 12.05.2023)

Рецензент
доктор экономических наук, профессор
С.В. Гриненко

Давыдович А.Р. – декан Факультета туризма и сервиса, ФГБОУ ВО «СГУ»,
к.э.н., доцент

Латиева Э.И. – директор МОБУ гимназия № 1 имени Р.А. Филатовой
муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского
края

Васильева И.Б. – заместитель директора по учебно-воспитательной работе МОБУ
«Гимназия № 1», к. пед. н.

Мушкина И.А. – зав. кафедрой педагогического и психолого-педагогического
образования ФГБОУ ВО «СГУ», к. пед. н., доцент

Давыдович А.Р., Латиева Э.И., Васильева И.Б., Мушкина И.А.
**ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА:
ПРОГРАММА И МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ
ПРОЕКТНОЙ ШКОЛЫ.** / А.Р. Давыдович, Э.И. Латиева, И.Б. Васильева,
И.А. Мушкина. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2023. — 44 с.

Учебно-методическое пособие «Основы предпринимательства в сфере туризма. Программа и методические указания по организации работы проектной школы» состоит из двух разделов. В первом разделе дана характеристика программы, представлены требования к результатам обучения и оценке качества освоению программы. Второй раздел включает в себя: содержание обучающего курса «Основы предпринимательства в сфере туризма, методические указания по организации и проведению деловой игры «Придумай! Организуй! Создай и заработай!», требования к организации работы проектной школы, учебно-методическому и информационному обеспечению.

Предназначено для учителей общеобразовательных учебных заведений, преподавателей ВУЗов и учреждений начального и среднего профессионального образования, старшеклассников общеобразовательных школ, а также для учащихся учреждений начального и среднего профессионального образования.

УДК 334
ББК 65.290

©ФГБОУ ВО «СГУ», 2023
© Давыдович А.Р., Латиева Э.И.,
Васильева И.Б., Мушкина И.А., 2023
©Оформление. РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	4
РАЗДЕЛ 1. ПРОГРАММА ПРОЕКТНОЙ ШКОЛЫ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА»	5
1.1 Характеристика программы	5
1.2 Требования к результатам обучения	6
1.3 Требования к структуре программы	10
1.4 Требования к оценке качества освоению программы	10
РАЗДЕЛ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПРОЕКТНОЙ ШКОЛЫ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА»	12
2.1 Содержание обучающего курса «Основы предпринимательства в сфере туризма»	12
2.2 Методические указания по организации и проведению деловой игры «Придумай! Организуй! Создай и заработай!»	34
2.3 Требования к организации работы Проектной школы	36
2.4 Учебно-методическое и информационное обеспечение	39
Приложение	41

ПРЕДИСЛОВИЕ

Сочинский государственный университет является Федеральной инновационной площадкой на которой реализуется модель непрерывного проектно-ориентированного образования для сферы туризма, обеспечивающая вовлечение школьников в инновационную и предпринимательскую деятельность в сфере туризма, в процесс генерирования бизнес-идей, научных и социальных идей и проектов по развитию туризма и обеспечивающих отраслей.

Внедрение такой модели позволит стимулировать инновационное развитие туристской отрасли РФ и обеспечить подготовку профессиональных кадров для данной отрасли, обладающих проектными и инновационными компетенциями.

Для учащихся 8-10 классов общеобразовательной школы, в рамках функционирования Федеральной инновационной площадки «Бизнес-инкубатор вуза как драйвер генерирования инноваций для сферы туризма», организована проектная школа «Основы предпринимательства в сфере туризма».

Проектная школа «Основы предпринимательства в сфере туризма» представляет собой комплекс мероприятий информационного, образовательного и консультационного характера, в результате которых учащиеся 8-10 классов общеобразовательной школы познакомятся с основами предпринимательской деятельности, получают инструменты для генерации собственной бизнес-идеи, приобщаются к идее предпринимательства как жизненной позиции.

Мероприятия Проектной школы реализуется с применением активных методов обучения, используется принцип сквозной ролевой игры, при которой учащиеся, создавая свою «игровую» фирму, последовательно отрабатывают на ее примере весь учебный материал.

Пособие «Основы предпринимательства в сфере туризма. Программа и методические указания по организации работы проектной школы» предназначено для учителей общеобразовательных учебных заведений, преподавателей ВУЗов и учреждений начального и среднего профессионального образования, старшеклассников общеобразовательных школ, а также для учащихся учреждений начального и среднего профессионального образования.

РАЗДЕЛ 1. ПРОГРАММА ПРОЕКТНОЙ ШКОЛЫ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА»

1.1 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Программа проектной школы «Основы предпринимательства в сфере туризма» – представляет собой курс, направленный на формирование у учащихся общеобразовательных школ первоначальных знаний об основах предпринимательской деятельности, составлению бизнес-планов, исследуют рынок, разрабатывают бизнес-модель, стратегию маркетинга, считают финансовую модель и доводят проект до прототипа или тестовых продаж.

Цель – сформировать у учащихся 8-10 классов общеобразовательной школы первоначальные предпринимательские компетенции, а также знания, умения и навыки, необходимые для предпринимательской деятельности в сфере туризма.

Курс предоставляет широкие возможности для развития творческой активности у учащихся общеобразовательной школы, т.к. включает «пробу личностной готовности» к предпринимательской деятельности, которая позволяет воплотить в жизнь бизнес- идею и получить от ее реализации доход, что является стимулом для дальнейшей работы.

В данном курсе учащиеся ориентируются на конкретную сферу предпринимательской деятельности – туризм. Такой подход закладывает основу грамотных экономических отношений и приоритетов еще на уровне обучения в школе.

Актуальность курса может также обоснована тем, что каждый обучающийся в процессе самоопределения дальнейшей трудовой деятельности и образовательной траектории должен осознать возможность двойного направления этой деятельности – полная свобода, творчество, самостоятельность и риск, т.е. предпринимательство или работа по найму.

Отличительной особенностью программы данного курса является то, что он базируется на системно-деятельностном подходе к обучению, который обеспечивает активную учебно-познавательную позицию учащихся. У них формируются не только базовые знания в сфере предпринимательства, но также необходимые умения, компетенции, личные характеристики и установки.

Нормативный срок освоения программы проектной школы – 28 ч.

Форма обучения – очная (очная с применением дистанционных технологий).

Категории обучающихся - учащиеся 8-10 классов общеобразовательной школы.

Для участников проектной школы «Основы предпринимательства в сфере туризма» предусматривается проведение игровых и тренинговых активностей, образовательных курсов, в том числе:

✓ проведение обучающего курса по основам предпринимательской деятельности: «Поиск и оценка бизнес-идеи», «Предпринимательство, формы и виды предпринимательской деятельности», «Бизнес-план, способы построения бизнес-плана», «Маркетинговый план. Реклама и PR», «Финансовые инструменты» и др.;

✓ проведение деловой игры «Придумай! Организуй! Создай и заработай!»;

✓ проведение открытых уроков с участием действующих предпринимателей в школах.

В процессе обучения используются: приемы актуализации субъективного опыта учащихся; методы диалога; приемы создания коллективного и индивидуального выбора; игровые методы; методы диагностики и самодиагностики; технологии критического мышления; информационно-коммуникационные технологии; технологии коллективного метода обучения.

Освоение Программы осуществляется с опорой на межпредметные связи с курсами экономики, туризма, истории, обществознания, географии, литературы, искусства.

1.2 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ

Личностные результаты

✓ приобретение знаний о предпринимательстве, как важной сфере человеческой деятельности;

✓ осознание себя как члена семьи, общества и государства; понимание экономических проблем семьи и участие в их обсуждении; понимание финансовых связей семьи и государства;

✓ овладение начальными навыками адаптации в мире финансовых отношений: сопоставление доходов и расходов, расчёт процентов, сопоставление доходности вложений на простых примерах;

✓ развитие самостоятельности и личной ответственности за свои поступки; планирование собственного бюджета, предложение вариантов собственного заработка;

✓ развитие навыков сотрудничества с взрослыми и сверстниками в разных игровых и реальных экономических ситуациях.

Метапредметные результаты

Познавательные

✓ освоение способов решения проблем творческого и поискового характера; применение различных способов поиска, сбора, обработки, анализа, организации, передачи и интерпретации информации; поиск информации в газетах, журналах, на интернет-сайтах и проведение простых опросов и интервью;

✓ формирование умений представлять информацию в зависимости от поставленных задач в виде таблицы, схемы, графика, диаграммы, диаграммы связей (интеллект-карты);

✓ овладение логическими действиями сравнения, анализа, синтеза, обобщения, классификации, установления аналогий и причинно-следственных связей, построения рассуждений, отнесения к известным понятиям;

✓ овладение базовыми предметными и межпредметными понятиями.

Регулятивные:

✓ понимание цели своих действий;

✓ планирование действия с помощью учителя и самостоятельно;

✓ проявление познавательной и творческой инициативы;

✓ оценка правильности выполнения действий; самооценка и взаимооценка;

✓ адекватное восприятие предложений товарищей, учителей, родителей.

Коммуникативные:

✓ составление текстов в устной и письменной формах;

✓ готовность слушать собеседника и вести диалог;

✓ готовность признавать возможность существования различных точек зрения и права каждого иметь свою;

✓ умение излагать своё мнение, аргументировать свою точку зрения и давать оценку событиям;

✓ определение общей цели и путей её достижения; умение договариваться о распределении функций и ролей в совместной

деятельности, осуществлять взаимный контроль в совместной деятельности,

✓ адекватно оценивать собственное поведение и поведение окружающих.

Предметные результаты

✓ понимание основных принципов предпринимательской деятельности: представление о роли предпринимательства в обществе;

✓ развитие предпринимательской инициативы школьников, их потенциальных возможностей и способностей в сфере экономики и предпринимательства, в том числе способности к самообразованию и саморазвитию;

✓ освоение приёмов работы с экономической информацией, её осмысление; проведение простых финансовых расчётов;

✓ освоение технологии создания собственного дела, определение наиболее выгодных сфер бизнеса, планирования предпринимательской деятельности и составления бизнес-плана;

✓ выработка навыков проведения исследований экономических явлений в сфере предпринимательства: анализ, синтез, обобщение экономической информации, прогнозирование развития явления и поведения людей и предпринимательских фирм, сопровождающееся графической интерпретацией и их критическим рассмотрением;

✓ развитие способностей учащихся делать необходимые выводы и давать обоснованные оценки экономических ситуаций,

✓ развитие кругозора в области экономической жизни общества и формирование познавательного интереса к изучению общественных дисциплин.

Учащийся, освоивший программу, должен:

Знать:

✓ способы генерации бизнес-идей, типы бизнес-планов, структуру бизнес-плана предпринимательского проекта; отличия идеи от коммерческого предложения;

✓ методику исследования рынка, отличия различных рынков в географическом регионе, в сети Интернет, определение целевой аудитории в сфере туризма, социально-демографические и психографические характеристики целевой аудитории;

✓ инструменты продвижения на рынке, технологии продвижения туристского предприятия /проекта, способы расчета стоимости рекламных мероприятий.

- ✓ правовые аспекты бизнеса; институты поддержки малого бизнеса; источники финансирования бизнес-проектов;
- ✓ способы продвижения проекта в различных ситуациях; технологию продвижения бизнеса в социальных сетях;
- ✓ технологию работы в командах; инструменты для обмена опытом, понятие «рефлексия».

Уметь:

- ✓ генерировать бизнес-идеи, различать типы бизнес-планов, выделять основные разделы бизнес-плана предпринимательского проекта; развивать идеи до коммерческих предложений;
- ✓ проводить исследование рынка, демонстрировать понимание различных рынков в географическом регионе, в сети Интернет; анализировать целевые аудитории; планировать и определять каналы сбыта;
- ✓ планировать бизнес-процессы туристского предприятия, описывать, анализировать бизнес процессы в рамках собственного бизнеса/проекта;
- ✓ работать с нормативно-правовыми документами, регулирующими деятельность малого бизнеса; институтами поддержки малого бизнеса; источниками финансирования бизнес-проектов;
- ✓ продвигать бизнес идеи и проекты в различных ситуациях; продвигать бизнес в социальных сетях;
- ✓ работать в командах; обмениваться опытом с членами команды, описывать «рефлексия».

Владеть:

- ✓ техникой составления бизнес-плана;
- ✓ методикой продвижения бизнеса в социальных сетях и технологией оценки эффективности рекламных мероприятий;
- ✓ способами анализа и привлечения целевой аудитории;
- ✓ методикой продвижения туристского предприятия /проекта и технологией составления электронной презентации.

1.3 ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ

Учебно-тематический план программы

№ темы	Наименование темы	Всего часов	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Контроль
1	Поиск и оценка бизнес-идеи.	4	1	1	2	-
2	Предпринимательство, формы и виды предпринимательской деятельности.	4	1	1	2	-
3	Бизнес-план, способы построения бизнес-плана. Структура бизнес-плана	4	1	1	2	-
4	Маркетинговый план. Реклама и PR.	4	1	1	2	-
5	Финансовые инструменты	4	1	1	2	-
6	Работа в командах	4	1	1	2	-
7	Деловая игра «Придумай! Организуй! Создай и заработай!»	2	-	2	-	-
	Итоговое тестирование	2	-	-		2
Итого		28	6	8	12	2

1.4 ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЮ ПРОГРАММЫ

Наименование темы	Основные показатели оценки	Формы контроля
Поиск и оценка бизнес-идеи	Знает: отличия идеи от коммерческого предложения, процессы развития бизнес-идеи Владеет: способами генерации бизнес-идей, методами оценки выполнимости бизнес-идеи	Устный опрос
Предпринимательство, формы и виды предпринимательской деятельности	Знает: налоговые, правовые и организационные аспекты бизнеса; институты поддержки малого бизнеса; источники финансирования бизнес-проектов; Владеет: практическими навыками выбора организационно-правовой формы: ИП, ООО, НП, крестьянско-фермерского хозяйства, самозанятости. Информацией о вариантах организации и ведения бухгалтерского учета	Устный опрос

Бизнес-план, способы построения бизнес-плана. Структура бизнес-плана	Знает: понятие, структуру и технологию планирования бизнес-процессов туристского предприятия, моделирование бизнес-процессов, Владеет: технологией структуризации бизнес-плана	Устный опрос
Маркетинговый план. Реклама и PR	Знает: методику исследование рынка, отличия различных рынков в географическом регионе, в сети Интернет, базовые принципы работы с целевой аудиторией, характеристики целевой аудитории; Владеет: методикой маркетингового планирования и способами оценки эффективности рекламных мероприятий.	Устный опрос
Финансовые инструменты	Знает: основные финансовые показатели эффективности бизнес плана Владеет: способами расчёта объема продаж в соответствии с целевыми рынками с использованием аппаратных средств	Устный опрос
Работа в командах	Знает: технологии продвижения бизнеса, способы оценки разных средств рекламы; способы расчета стоимости рекламных мероприятий; способы продвижения проекта в различных ситуациях. Владеет: технологией составления электронной презентации.	Устный опрос
Деловая игра «Придумай! Организуй! Создай и заработай!»	Знать: основные разделы бизнес-плана предпринимательского проекта; методику исследования рынка в географическом регионе, в сети Интернет; целевые аудитории; каналы сбыта; бизнес-процессы собственного бизнеса/проекта; нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность малого бизнеса; источники финансирования бизнес-проектов; Владеет: способы продвижения бизнес идеи в социальных сетях; способы работы в командах; обмена опытом с членами команды.	Экспертные оценки
Итоговая аттестация		Итоговое тестирование

РАЗДЕЛ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПРОЕКТНОЙ ШКОЛЫ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА»

2.1 СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧАЮЩЕГО КУРСА «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА»

Терминология: проектная школа, предприниматель, предпринимательство, предпринимательский проект, проектная деятельность, проект.

Проектная школа — это формализованная инновационная образовательная площадка общеобразовательной организации, на которой осуществляется формирование и координация проектных команд в контексте Школа – Вуз – Наука — Предприятие с использованием системы горизонтальных связей людей и ресурсов

Предприниматель - лицо, занимающееся предпринимательской деятельностью (торговлей или производством). Ключевая цель предпринимателя - извлечение прибыли из трудовой деятельности.

Предпринимательство - это деятельность предпринимателя, направленная на получение материальной выгоды (прибыли)

Предпринимательский проект – это документ, в котором излагается содержание и указываются пути и средства внедрения мероприятий, направленных на реализацию идеи, замысла предпринимателя по созданию нового или развитию и совершенствованию действующего бизнеса.

Проектная деятельность - совместная учебно-познавательная, творческая или игровая деятельность обучающихся, имеющая общую цель, согласованные методы, способы деятельности, направленная на достижение общего результата деятельности. При этом происходит самостоятельное освоение обучающимися научно-практических знаний и ключевых компетенций и создается собственный интеллектуальный продукт в современной электронной или иной форме, предназначенный для распространения и применения в различных видах деятельности.

Проект – это совокупность определенных действий, документов, предварительных текстов или замысел для создания реального объекта, предмета, разного рода теоретического продукта.

Тема 1. Поиск и оценка бизнес-идей

Бизнес-идея – это краткое и точное определение предполагаемого бизнеса. Для того чтобы начать свой бизнес, нужно четко понять, чем именно Вы хотели бы заниматься.

Успешность проекта напрямую связана с тем, какая бизнес-идея лежит в его основе. Бизнес-идея должна удовлетворять потребности потребителей; должна приносить доход и приносить моральное удовлетворение предпринимателю.

Идей существуют тысячи, реализуются из них десятки, а успеха достигают единицы. В чем секрет поиска и выбора успешной идеи?

Правила выбора идей для бизнеса

1. Идей должно быть много. Наличие множества идей дает понимание, что каждая из них не уникальна, одна перспективнее другой, малобюджетнее – это все позволяет организовать сравнение данных идей в пользу предпочтительной.

2. Идея должна быть из сферы деятельности, понятной для инициатора бизнеса. Заниматься проектами из сфер, в которых у предпринимателя нет компетенций, не стоит – шансы на успех снижаются в разы.

3. Идея должна быть интересной. На старте бизнеса предприниматель обычно посвящает проекту все свое время – рабочее и свободное. Поэтому неинтересный проект не сможет обеспечивать моральное удовлетворение предпринимателю.

4. Идея должна быть сформулирована в одно-два предложения. Слишком сложные и долгие объяснения скрывают за собой слабую и непроработанную идею.

Источники идей для бизнеса

✓ Сам придумал. Самый сложный и неоднозначно результативный вариант источника идеи, но способный привести к фантастически успешным проектам. Часто идеи инновационны, что на старте деятельности предпринимателя скорее «минус», чем «плюс»: сталкиваясь с традиционными проблемами запуска проекта, приходится решать и дополнительные вопросы в связи с инновационностью идеи – создание нового рынка, преодоление консерватизма потребителей и т. д.

✓ Увидел и реализовал локально. Это самый распространенный способ получения идеи и самый надежный. Плюсом данного способа является уже проверенность идеи на практике.

Главное – соответствие идеи географическим и социально-экономическим факторам Вашего бизнеса. Найти идеи можно в путешествии, на выставках или просто в СМИ.

✓ Кто-то предложил. В эпоху развития предпринимательства источниками идеи предпринимательства может быть все активное население – знакомые, друзья, родственники, коллеги, с которыми Вы можете обсудить предложения о реализации совместного проекта. «Плюс» данного источника в том, что у Вас уже есть партнер, который горит данной идеей и готов разделить с Вами риски проекта.

Типичные ошибки при поиске бизнес-идей

✓ Если Ваш знакомый занимается чем-то, что ему приносит хороший доход, то это не значит, что и Вы сможете успешно реализовать бизнес-идею.

✓ Успешный запуск бизнеса зависит от множества факторов, которых у Вас может не оказаться.

✓ Даже если у Вас есть первоначальные вложения, не стоит начинать первый бизнес с масштабного проекта, особенно где уже есть серьезные игроки.

✓ Начните с малого и масштабируйте.

✓ Решая вопрос, где взять бизнес-идею, не стоит придумывать то, что уже есть. Всегда стоит подумать, нужно ли это конечному потребителю

Подходы к оценке бизнес-идеи

✓ «Продажа» идеи друзьям. Правило 10/8/5. Расскажите 10 друзьям. Если 8 из них поддержат идею, то она стоит того, чтобы двигаться дальше; если их будет меньше 5 – забудьте о ней. Если посередине – доработайте идею и еще раз сделайте опрос.

✓ Оценка эксперта. Найдите минимум одного эксперта в области, где Вы хотите создать бизнес. Поверьте, посоветовавшись с ним, Вы откроете для себя много нового. Будьте смелее. Где найти экспертов? Бизнес-встречи, мастер-классы по бизнесу – именно те места, где можно встретить множество крупных предпринимателей совершенно из разных сфер деятельности.

✓ Проверяем спрос по поисковой системе или в социальных сетях. Если Вы провели опрос, посоветовались с экспертом, то самое время обратиться к поисковой системе в Интернете. С помощью сервисов по проверке частоты запросов Вы можете узнать, насколько этот товар или услуга востребованы. Или Вы можете вывесить объявление в социальной

сети с предложением. Обратный отклик позволит оценить потенциальный спрос

Этапы генерации бизнес-идеи

Этап 1 - Поиск идеи для бизнеса: что такое бизнес-идея; правила выбора идеи для бизнеса; источники для бизнеса; источники возникновения бизнес-идей; типичные ошибки поиска идей.

Этап 2 - Оценка идей для бизнеса: критерии отбора бизнес-идей; подходы к оценке бизнес-идей.

Этап 3 - проведение SWOT- анализа бизнес-идеи.

SWOT- анализа бизнес-идеи

Бизнес изнутри

Сильные стороны	Слабые стороны
Наличие собственных средств;	Отсутствие маркетинговой стратегии бизнеса;
Наличие помещения;	Отсутствие менеджерских навыков;
Наличие оборудования;	Отсутствие трудовых ресурсов;
Опыт работы в бизнесе;	Нет уникальности в продукте/ услуге;
Технические навыки;	Нет доступа к сырью и материалам
Доступная цена на продукт/услугу	

Бизнес со стороны

Возможности	Угрозы
Доступ к источникам финансирования;	Высокий уровень конкуренции;
Программы поддержки субъектов МСП;	Форс-мажорные обстоятельства;
Наличие рынка и потребности на продукт/услугу;	Политическая и социально-экономическая обстановка;
Отсутствие конкуренции	Источники финансирования, требующие залогового обеспечения;
	Отсутствие льгот на аренду помещения

Практическое занятие

Группа выпускников колледжа создают непродовольственный магазин с целью продажи бытовой техники. Какова их последовательность действий?

Тема 2. Предпринимательство, формы и виды предпринимательской деятельности

В соответствии со ст. 2 Гражданского кодекса РФ предпринимательская деятельность – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на получение прибыли от пользования имуществом, продажи продуктов, выполнения работ или

оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

К субъектам предпринимательской деятельности относятся юридические лица и индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность.

Наиболее распространенными и «удобными» организационно-правовыми формами деятельности для субъектов МСП являются: индивидуальный предприниматель; общество с ограниченной ответственностью; акционерные общества; производственные кооперативы; товарищества и др.

Юридические аспекты

Для рассмотрения процедуры регистрации бизнеса рекомендованы две наиболее распространенные формы предпринимательской деятельности: индивидуальный предприниматель (далее – ИП) и общество с ограниченной ответственностью (далее – ООО).

Государственная регистрация юридического лица или физического лица в качестве индивидуального предпринимателя необходима для законного оформления права заниматься предпринимательской деятельностью. Так как предпринимательская деятельность, осуществляемая без государственной регистрации или с нарушением правил регистрации, является незаконной и предусматривает ответственность.

В целях проведения налогового контроля все организации и индивидуальные предприниматели подлежат постановке на учет в территориальном налоговом органе по месту нахождения организации или месту жительства индивидуального предпринимателя.

И государственная регистрация, и постановка на учет осуществляются налоговыми органами.

Государственная регистрация осуществляется в срок не более пяти рабочих дней со дня предоставления в регистрирующий орган необходимых документов.

Для регистрации в качестве ИП необходимо:

- ✓ подписанное заявителем заявление о государственной регистрации по форме, утвержденной Приказом Федеральной Налоговой службы РФ от 25.01.2012 № ММВ-7-6/25@ (форма Р21001);

- ✓ паспорт и его ксерокопия;

- ✓ копия свидетельства ИНН;

✓ квитанция об уплате государственной пошлины (согласно ст. 333.33 гл. 253 «Государственная пошлина» Налогового кодекса РФ размер государственной пошлины за государственную регистрацию физического лица в качестве индивидуального предпринимателя составляет 800 рублей).

Заявителем при государственной регистрации индивидуального предпринимателя может быть только само физическое лицо, обратившееся за государственной регистрацией.

Для регистрации ООО необходимо:

✓ подписанное заявителем и заверенное у нотариуса заявление о государственной регистрации по форме, утвержденной Приказом Федеральной Налоговой службы РФ от 25.01.2012 № ММВ-7-6/25@ (форма Р11001); устав организации (2 оригинала, прошитые);

✓ решение учредителя или протокол собрания учредителей (или также решение учредителей о создании организации);

✓ договор об учреждении (если 2 и более учредителей);

✓ гарантийное письмо на адрес (если в дальнейшем будет заключен договор субаренды, то необходимо также предоставить письмо-просьбу и письмо-согласие);

✓ квитанция об уплате государственной пошлины (согласно ст. 333.33 гл. 25.3

«Государственная пошлина» Налогового кодекса РФ размер государственной пошлины за государственную регистрацию юридического лица составляет 4000 рублей).

Заявителями при государственной регистрации юридического лица выступают все его учредители.

Государственную регистрацию юридического лица или Индивидуального предпринимателя можно осуществить, используя электронные сервисы ФНС России, подав заявление на сайте www.nalog.ru или в отделениях ФНС России в Вашем регионе.

Практические задания

Составьте памятку «Для начинающего предпринимателя». Укажите, какие документы необходимо собрать, где пройти регистрацию для того чтобы начать предпринимательскую деятельность.

Тема 3. Бизнес-план, способы построения бизнес-плана.

Структура бизнес-плана

Первым шагом для запуска своего дела является сбор информации для разработки плана по реализации бизнес-идеи. Также ключевую роль на этом этапе играет определение, является ли бизнес прибыльным, следует ли им заниматься. Зачастую непродуманные решения, отсутствие плана по запуску своего дела являются причинами неудач начинающих предпринимателей.

Сбор информации по основным элементам и сферам планируемой к реализации идеи называется бизнес-планированием. При разработке бизнес-плана Вы сможете ответить на следующие вопросы:

✓ Принесет ли данная идея прибыль? Следует ли ее реализовывать?

✓ Что мне следует сделать и какие условия, чтобы эта идея приносила прибыль?

✓ Какие этапы необходимо пройти для того, чтобы запустить свое дело?

Бизнес-план даст возможность привлечь инвестиции (стартовый капитал) для развития своего дела, поскольку его наличие входит в состав обязательных требований организаций, оказывающих финансовую поддержку (например, банков для получения кредита).

Содержание бизнес-плана

Бизнес-план охватывает все элементы будущего дела. Каждый из разделов данного пособия раскрывает определенный элемент Вашей идеи, Вашего будущего дела.

Резюме

Резюме является кратким описанием Вашей идеи. В ней содержится наиболее важная информация о проекте. Резюме является первым разделом бизнес-плана и зачастую по этому разделу складывается первое впечатление о проекте.

При заполнении резюме важно отразить в четкой и понятной форме основную концепцию проекта, его конкурентные преимущества и особенности. В резюме также должна быть отражена информация о юридической форме бизнеса. В зависимости от особенностей идеи Вы можете выбрать наиболее подходящую юридическую форму бизнеса. Каждая из юридических форм имеет свои преимущества и недостатки.

В разделе «Форма бизнеса» разъясняются преимущества и недостатки различных форм предпринимательской деятельности. Это поможет решить, какая форма наиболее приемлема для Вас. Кроме того, данный раздел поможет Вам понять, какие юридические нормативы могут влиять на Ваш бизнес, а также как страхование бизнеса может обеспечить финансовую безопасность от различных видов риска.

Важно обратить внимание на то, что резюме заполняется в последнюю очередь, после разработки всех разделов бизнес-плана, но при этом размещается именно в начале, с целью получения первичного видения об основной концепции проекта и ее финансовых показателях.

Маркетинговый план

После того, как Вы определите, какую идею Вы будете реализовывать, необходимо понять, как Вы будете доводить информацию о своем продукте или услуге до своих потребителей. В план по маркетингу необходимо включить все те мероприятия, которые направлены на поиск клиентов, на доведение до них информации о Вашем продукте или услуге, а также непосредственно то, как Вы планируете осуществлять продажи. Одной из основных задач любого проекта является удовлетворение потребностей потребителей, поэтому проработке этого раздела следует уделить большое внимание

В план по маркетингу следует также включить информацию о том, что именно Вы планируете продавать и по какой цене. Данный раздел бизнес-плана отражает информацию о том, как Вы планируете развивать свой бизнес.

Производственный план

При запуске проекта необходимо четко определить, какое оборудование Вам необходимо для реализации бизнес-идеи. Исходя из его мощности и технических требований, Вы поймете, какая площадь Вам необходима для запуска бизнеса и где ее искать. Также Вы сможете более четко понять, какое количество сотрудников потребуется в процессе производства, что поможет Вам разработать свой организационный план.

Организационный план. Персонал

Персонал является одним из ключевых факторов успеха любого проекта. Определение необходимого количества сотрудников, состава, их компетенций и навыков, разработка системы мотивации труда и формирование штатного расписания рассматриваются в разделе «Организационный план. Персонал».

Калькуляция себестоимости

Любой бизнес должен приносить прибыль. Для того, чтобы правильно установить цену на продукты или услуги, необходимо правильно подсчитать все затраты, иными словами подсчитать себестоимость этих продуктов или услуг. В разделе «Калькуляция себестоимости» описывается методика расчета себестоимости продукта/услуги.

Финансовое планирование

Финансовое планирование является одним из ключевых процессов любого бизнес-проекта. Ошибки в расчетах могут привести к серьезным последствиям. Раздел «Финансовое планирование» поможет Вам правильно планировать прибыль и движение денежных средств.

Необходимый стартовый капитал

Стартовый капитал – это тот размер средств, который Вам необходим для запуска бизнеса. Важно верно рассчитать размер стартового капитала, так как при запуске проекта недостаток средств может существенно увеличить как срок запуска, так и размер инвестиций. Раздел «Необходимый стартовый капитал» поможет Вам определить сумму стартового капитала

Источники стартового капитала

После определения размера стартового капитала и составления инвестиционного бюджета необходимо понять, как и где будут получены данные инвестиции. В разделе «Источники стартового капитала» рассматриваются различные источники привлечения стартового капитала с учетом их преимуществ и ограничений в привлечении.

Где найти информацию для бизнес-плана?

Для того чтобы бизнес-план был составлен верно, и на основании него можно было запустить бизнес, необходимо тщательно подойти к поиску информации для его составления. Большую часть информации можно найти самостоятельно в открытых источниках, часто информацию можно получить, обратившись к специалистам, а именно:

- ✓ в организации, которые оказывают консультационную поддержку малому и среднему предпринимательству;
- ✓ в общественные организации и ассоциации, которые осуществляют консультационную поддержку предпринимателям; при разработке отдельных разделов бизнес-плана Вы можете привлечь специалистов в сфере юриспруденции, бухгалтерского учета или маркетинга;

- ✓ к экспертам, у которых есть опыт в данной сфере, например, предприниматели, у которых есть похожий бизнес, и большая часть из них готова дать совет начинающим предпринимателям;
- ✓ в банк, где специалисты соответствующих отделов также оказывают помощь при разработке бизнес-планов.

Юридическая ответственность

Предприниматели и руководители предприятий несут юридическую ответственность за деятельность своего предприятия. Она включает в себя уплату налогов, соблюдение правил, касающихся работников, а также получение лицензий и разрешений.

Система налогообложения

Если говорить о налогообложении субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – МСП), то можно выявить некоторые особенности правового положения предпринимателей.

Именно МСП призвано поддерживать здоровую конкурентную среду и препятствовать монополизации рынка.

Для субъектов МСП Налоговым кодексом РФ предусмотрен специальный налоговый режим, который устанавливает упрощенную систему налогообложения.

Работники

При найме сотрудников у Вас, как у работодателя, возникает ряд обязательств, которые необходимо выполнять. Кроме соблюдения законов и правил о труде необходимо соблюдать и специальные правила, если они касаются Вашей сферы деятельности. Целями трудового законодательства являются установление государственных гарантий трудовых прав и свобод граждан, создание благоприятных условий труда, защита прав и интересов работников и работодателей.

Лицензии

К лицензируемым видам деятельности относятся виды деятельности, осуществление которых может повлечь за собой нанесение ущерба, и регулирование которых не может осуществляться иными методами, кроме как лицензированием или вступлением в саморегулируемые организации.

Сертификация

Существует обязательная и добровольная сертификация. Обязательная сертификация применяется для продукции, которая может повлиять на безопасность людей, их имущество и окружающую среду, на такую оформляется добровольный сертификат соответствия.

Страхование

Деятельность предприятий всегда связана с определенной степенью риска. Кроме риска, связанного с падением продаж или изменением ситуации на валютном рынке, существуют другие виды рисков, от которых предприятие может себя застраховать.

Практическое занятие

Вы – владелец небольшого частного издательства. Дела идут неблестяще. Чтобы их поправить, вы решили издать несколько книжек развлекательного характера (детективы, анекдоты и т.п.). Но в это время к вам пришел известный критик и предложил поддержать талантливого молодого поэта, издав первую книгу его стихов (с риском, что тираж не будет распродан). Как бы вы поступили в этом случае?

Тема 4. Маркетинговый план. Реклама и PR

Маркетинг – это один из основополагающих элементов любого бизнес-проекта. Маркетинг позволяет не только оценить своих клиентов, но и определить, как они узнают о продукте/услуге и как они его приобретут.

При разработке маркетингового плана необходимо провести анализ деятельности и продуктов/услуг конкурентов, что позволит Вам сформировать свое конкурентное преимущество.

Что такое маркетинг?

Зачастую люди полагают, что маркетинг – это лишь реклама и продажи. И это неудивительно: каждый день мы видим сотни рекламных роликов, объявлений в газетах и смс-сообщений о распродажах. Следует помнить, что реклама и продажи – это не более чем составные части маркетинга. Они существуют как два неотъемлемых его компонента.

Маркетинг – это процесс, заключающийся в прогнозировании потребностей потенциальных покупателей и удовлетворении этих потребностей путем предложения соответствующих продуктов и услуг.

Цель маркетинга – не просто продажа продукта или услуги любым способом, а удовлетворение потребностей клиентов.

Основная задача маркетинга – понять нужды и потребности потенциального потребителя и удовлетворять их лучше своих конкурентов. Это позволит Вам производить продукты/предоставлять услуги более

высокого качества и тем самым увеличивать объемы продаж и повышать свои доходы.

Маркетинг начинается с момента формирования концепции идеи. На этой стадии, необходимо выявить предпочтения и потребности своих потенциальных потребителей, а также определить тенденции развития отрасли и сферы Вашей деятельности.

После разработки концепции проекта необходимо изучить рынок, проанализировать деятельность основных конкурентов, определить, в каком направлении сейчас развивается данный рынок.

Получив всю необходимую информацию можно приступить к разработке плана маркетинга.

Следует отметить, что маркетинг – это неотъемлемая часть и действующего бизнеса. После того, как Вы запустите свое дело, необходимо продолжать изучать рынок, следить за появлением новых конкурентов, а также работать со своими клиентами – получать обратную связь, работать на привлечение новых клиентов.

Инструменты проведения маркетингового исследования

Наиболее простыми инструментами изучения рынка являются следующие:

А) «Опрос»

Проведите опрос среди потенциальных клиентов. Вы можете задавать им следующие вопросы:

- ✓ какие продукты или услуги они хотели бы приобрести? как они узнали о Ваших будущих конкурентах?
- ✓ поинтересуйтесь их мнением об аналогичных товарах и услугах, предоставляемых Вашими будущими конкурентами?
- ✓ что им было бы интересно узнать/купить дополнительно, какие у них есть предложения?

Среди наиболее простых в реализации инструментов общения с клиентами Вы можете выбрать опрос. Для этого Вы должны разработать перечень из наиболее актуальных вопросов. Следует отметить, что на старте бизнеса важно самостоятельно общаться с клиентами. Так Вы сможете собрать наиболее качественную обратную связь.

Одним из способов получения информации являются различные тематические сайты, где клиенты оставляют свои отзывы. Именно там Вы сможете получить информацию о конкурентах, и обратную связь от потенциальных клиентов (понять, что именно важно для них при покупке данного продукта или получения такой услуги).

Б) «Продажа идеи»

При проведении маркетингового исследования Вы также можете воспользоваться инструментом «Продажа идеи». Суть инструмента заключается в том, что необходимо рассказать минимум 10 знакомым о своей идее. Лучший ответ, который Вы должны получить: «Да, когда я смогу это купить?».

Если 8–10 человек готовы купить предложенный Вами продукт/услугу– идея востребована.

Если 4–8 человек– идею следует доработать, при этом необходимо также зафиксировать, почему клиенты не готовы это купить.

Если менее 4 человек– возможно, идея требует существенной доработки

В) «Тайный покупатель»

Изучайте будущих конкурентов. Выясните информацию:

- ✓ специфике предоставляемых услуг или продуктов, например, новых услугах косметического кабинета или марке используемых при этом средств. Можно самим посетить заведения своих конкурентов, оценить их продукт/услугу, оценить качество их работы с клиентами и количество клиентов в час/день. В данном случае можно говорить об инструменте «Тайный покупатель», суть которого заключается в анализе основных характеристик бизнеса конкурента. Посещая заведения конкурентов, можно понять, какой средний чек покупки, просчитать количество клиентов и объем продаж продукта/услуги;

- ✓ ценовой политике будущих конкурентов, запросите прайс-листы на продукцию или услуги будущих конкурентов (если цен нет в открытом доступе);

- ✓ каналах продвижения продуктов или услуг, изучая листовки конкурентов, их рекламные ролики, вывески. Разговаривая с клиентами, Вы сможете понять, какой инструмент продвижения оказался наиболее востребованным.

Г) «Изучение»

Задавайте вопросы потенциальным поставщикам и друзьям по бизнесу о том:

- ✓ Какой продукт или услуга пользуется высоким спросом?
- ✓ Будет ли бизнес с Вашей концепцией востребован покупателями?

- ✓ В чем, по их мнению, отличительная особенность Ваших конкурентов?

Для того чтобы постоянно быть в курсе всех изменений, происходящих на рынке, необходимо постоянно изучать ситуацию с помощью специализированных СМИ, профессиональных сайтов и других источников информации.

Вы также можете посещать разнообразные тематические выставки, на которых сможете получить информацию о новых конкурентах, об изменениях в данной сфере бизнеса.

Получив ответы на вышеуказанные вопросы, и, используя рекомендованные инструменты проведения маркетингового исследования, Вы сможете составить свою общую концепцию маркетингового плана

Составьте маркетинговый план

Необходимо убедить потенциального потребителя оставаться с Вами как можно дольше. Именно поэтому эффективный план маркетинга, направленный на формирование мотивации и налаживание коммуникации крайне важен.

Традиционно эксперты по маркетингу выделяют четыре категории, известные как 4 «П» маркетинга:

✓ продукт (правильно отобранный продукт) – это описание Вашего продукта или услуги с учетом ассортимента, их качеств и свойств, а также дизайна продукции;

✓ продажная цена (правильно установленная цена) – методика установления цены, скидки, наценки – все, за что потребитель будет платить, приобретая Ваш продукт или услугу;

✓ позиционирование (правильно выбранное месторасположение) – место Вашей торговой точки и каналы распределения продукции;

✓ продвижение (правильное продвижение) – комплекс мероприятий, который отвечает на вопросы: как потребитель узнает о продукте или услуге и как он сможет их приобрести: продвижение, реклама, пиар, стимулирование сбыта.

Продукт

Продукт – это товар или услуга, которую Вы хотите предложить своему потенциальному потребителю. При составлении бизнес-плана Вы должны определиться не только с видом товаров и услуг, но и с его основными характеристиками: размер, цвет, качество.

Говоря о продукте/услуге необходимо рассмотреть такие атрибуты продукта/услуги как: качество, цвет, упаковка, сопровождающие услуги, поддержка (гарантийная и постгарантийная), т. е. весь перечень товаров/услуг и дополнительных сервисов к ним. Если Ваш продукт/услуга имеет

свои специфические особенности, отличающие Вас от продукции или услуги будущих конкурентов, то количество и качество сопровождающих продукт/услугу атрибутов могут существенно отличаться от обычных.

Для торговых предприятий в маркетинговом плане должна быть подробно описана вся ассортиментная линейка продуктов или услуг

Тема 5 Финансовые инструменты

Стартовый капитал

Стартовый капитал – это капитал, необходимый для формирования активов нового предприятия и начала его хозяйственной деятельности. При запуске своего дела важно понимать размер стартового капитала (первоначальных инвестиций) и возможные источники привлечения стартового капитала.

Стартовый капитал включает 2 составляющие:

- ✓ вложения в оборудование и помещение: инвестиции, необходимые для запуска проекта;
- ✓ пополнение оборотных средств – покупка сырья и материалов для производства готовой продукции и приобретение продукции для перепродажи или оказания услуг.

Как определить размер инвестиций?

Инвестиции – это долгосрочные вложения капитала в новый бизнес с целью получения прибыли. Существует ряд бизнесов, для запуска которых первоначальные инвестиции не нужны.

Для предпринимателей, реализующих первый бизнес, целесообразнее запускать проекты с минимальными вложениями, что существенно снижает возможные потери и убытки.

Для определения необходимого стартового капитала важно подсчитать расходы на: помещение; оборудование; товароборот/оборотный капитал.

Помещение. Следует определить, каким критериям должно соответствовать помещение для Вашего бизнеса. Для некоторых видов бизнеса помещение, особенно на этапе запуска, не является ключевым фактором успеха, поэтому с целью минимизации расходов можно либо арендовать небольшую комнату, либо работать дома.

Для определения суммы стартового капитала Вам необходимо более подробно определить оптимальную площадь помещения для ведения

бизнеса, основные технические требования к помещению и в целом, будет ли его месторасположение удовлетворять всем потребностям нового предприятия. Исходя из Ваших потребностей, Вы сможете принять решение о выборе помещения для бизнеса: будет это аренда, покупка или Вы в первое время будете вести бизнес из дома.

Если Вам необходима государственная поддержка при выборе помещения Вы можете воспользоваться оказываемой имущественной поддержкой субъектам МСП.

Имущественная поддержка предусматривает предоставление субъектам МСП возможности получения на льготных условиях производственных, офисных и лабораторных помещений с оборудованием и мебелью, а также территорий, обеспеченных инженерной и энергетической инфраструктурой.

Проанализировав факторы, которые оказывают существенное влияние на Ваш бизнес, необходимо определить, каким образом Вы найдете необходимое помещение.

Вы можете: построить новое здание; приобрести существующее здание; арендовать здание или его часть; управлять своим бизнесом из дома.

Построить новое здание для Вашего бизнеса – самое дорогостоящее и долгосрочное решение. Как вариант, при наличии оптимально удовлетворяющего Ваши потребности здания, приобретение готового помещения. Но следует учитывать расходы на ремонт и содержание. Также приобретение собственного помещения требует вливания больших средств, которые не всегда есть у начинающего предпринимателя.

Аренда позволит Вам быть мобильным, и в случае потери каких-либо преимуществ помещения – его можно поменять. Самый оптимальный и не дорогостоящий способ – это управление бизнесом из своего дома. «Home office» – хороший способ для начала своего дела, при условии возможности отделения бизнеса от семьи.

Оборудование. Оборудование включает в себя как оборудование, необходимое для запуска производственного процесса: станки, инструменты, транспортные средства, так и офисное оборудование: столы, стулья, оргтехника.

Для запуска проекта в производственной сфере важно правильно определить, какое оборудование необходимо, какой производственной мощностью оно должно обладать, и какие у него есть технические требования (соответствует ли выбранное помещение этим требованиям).

Необходимо оценить не только стоимость этого оборудования, но и дополнительные расходы, связанные с его доставкой, установкой, в случае с производственным оборудованием – пуско-наладочными работами.

Следует отметить, что оборудование также можно взять в аренду. Но и в этом случае следует понимать, что могут возникнуть дополнительные расходы, о которых сказано выше.

Товарооборот/Оборотный капитал. При запуске некоторых видов бизнеса важно рассчитать минимальный необходимый стартовый размер оборотных средств на первые 3–6 месяцев с момента запуска бизнеса, так как доход с реализации продукции предприятие начнет получать только через определенное время

Если Вы заняты производством продукции, то необходимо учитывать время на организацию производственного процесса, приобретение сырья, материалов, оборудования. Если Ваше предприятие оказывает услуги, предусмотрите время на приобретение расходного материала и поиск клиентов. У торговых предприятий, как правило, основной суммой стартового капитала является приобретение товара для дальнейшей его реализации.

Ваш бизнес будет нести расходы по аренде или содержанию помещения, оплате коммунальных счетов и выплате заработной платы, прежде чем Вы начнете получать денежные средства от реализации своей продукции или услуг. Следовательно, все денежные средства, необходимые для начала Вашего дела, следует внести в статью оборотных средств.

Следует рассчитать, что необходимо для старта Вашего бизнеса.

Оборотный капитал покрывает расходы на: приобретение сырья и готовой продукции; продвижение; заработную плату; арендную плату; прочие расходы.

Запасы сырья и готовой продукции. Если Ваш бизнес основан на производстве, необходимо закупить в достаточном количестве сырье и комплектующие. В сфере обслуживания также нужно сохранять необходимый запас сырья. При оптовой и розничной продаже продавец должен иметь в запасе на складе некоторый объем товара для бесперебойной торговли. Но следует учитывать, что увеличение товарно-материальных запасов на складе приводит к увеличению суммы оборотного капитала. Важно рассчитать оптимальный объем запасов для оптимального функционирования бизнеса.

При производстве расчет необходимого запаса сырья и комплектующих рассчитывается на период, который включает в себя

собственно время производства продукта, его продажу и получение средств от реализации.

В сфере обслуживания, запасов также должно хватить до получения денежных средств от клиента. В розничной и оптовой торговле необходимый запас формируется в зависимости от планируемых объемов продаж.

При продаже товаров в кредит сроки получения денежных средств увеличиваются, и необходимо учитывать, что пополнение заказа будет производиться за счет стартового капитала.

Продвижение. При выведении товара на рынок следует учитывать значительные расходы по продвижению товара или услуги. Необходимую сумму также необходимо заложить в стартовый капитал.

Заработная плата. В начальный период предпринимателю следует учитывать расходы на заработную плату и повседневные расходы.

Определите, какой персонал необходим для Вашего бизнеса. Для определения суммы стартового капитала необходимо рассчитать ежемесячные расходы на заработную плату, и какой период времени нужно будет ее выплачивать из стартового капитала, прежде чем начнут поступать платежи от реализации товара, достаточные для выплаты.

При подсчете стартового капитала для заработной платы необходимо умножить размер ежемесячных расходов на выплату заработной платы на количество месяцев запуска нового бизнеса.

Аренда. Арендная плата – это ежемесячные обязательные денежные выплаты за право пользования помещением. При расчете суммы платежей на арендную плату, закладываемую в стартовый капитал, учтите количество месяцев до получения достаточных средств от реализации Вашей продукции.

Прочие расходы. На момент начала бизнеса следует также учесть вероятность возникновения дополнительных расходов, связанных с началом хозяйственной деятельности. Это могут быть расходы на приобретение хозяйственных или канцелярских товаров, получение разрешения или лицензии на ведение бизнеса и прочее.

Прочие расходы необходимо учитывать при расчете стартового капитала – это ежемесячные расходы, помноженные на число месяцев, прежде чем у Вас появятся поступления от реализации.

Источники стартового капитала

После того, как Вы рассчитаете размер необходимого стартового капитала, Вам необходимо будет определить, откуда и как Вы привлечете

необходимые средства для старта бизнеса.

Необходимо понимать, что большая часть денежных средств стартового капитала потребуется Вам уже на начальном этапе открытия бизнеса, поскольку эти средства будут вложены на создание предприятия и оборотные средства на требуемый Вам начальный период.

После начала реализации проекта зачастую достаточно сложно быстро найти дополнительное финансирование, что, в конечном счете, может привести к дополнительным расходам и увеличению срока реализации проекта.

Источниками стартового капитала могут быть: собственный капитал; кредиты; лизинг; субсидии; венчурные фонды; «бизнес-ангелы» (частные инвесторы); гранты.

Собственный капитал – это капитал, вложенный владельцами предприятия. Собственный капитал зачастую называют рискованым капиталом, потому что, вкладывая собственные средства в новый бизнес, Вы рискуете своими денежными средствами.

В то же время, вложение собственных денежных средств предпочтительнее кредита или займа, так как Вы избегаете выплат процентных ставок по вложенным средствам.

Более того, решение инвестировать собственные средства в дело подтверждает серьезность Ваших намерений и веру в концепцию своего нового бизнеса. В случае если Вы хотите взять часть средств для стартового капитала в кредит или в долг, это может служить доказательством Вашей уверенности в успехе своего бизнеса для кредиторов.

Некоторые организации, предоставляющие кредиты или займы, могут выдвинуть требование в инвестировании Вами в бизнес часть Ваших собственных средств.

Если Вы решите создать общество с ограниченной ответственностью, Вам потребуется инвестировать в предприятие часть своих денег. В случае если Вы запускаете бизнес вместе с партнером, то в состав учредителей ООО Вы входите совместно с Вашим партнером, при этом распределение долей будет говорить о том, каким образом Вы будете принимать дальнейшие решения и каким образом делить прибыль.

При старте Вашего бизнеса инвестирование личных денежных средств – наиболее оптимальный вариант, который поможет Вам значительно снизить риски. Если Вы имеете собственный капитал для инвестирования в новое дело, но колеблетесь, значит, что Вы не до конца уверены в Вашей идее. В этом случае необходимо заново пересмотреть

концепцию, чтобы удостовериться, что Вы действительно верите в успех своего бизнеса, чтобы рисковать собственными средствами.

Кредиты. Самым распространенным вариантом получением начального капитала является кредитование. В данном случае обязательны платежи на погашение процентной ставки по кредиту и самого тела кредита. В зависимости от условий договора с предприятием, выдавшим кредит, Вы можете гасить кредит по частям (в рассрочку) или всю сумму сразу.

Кредит для стартового капитала – один из самых обременительных вариантов для нового бизнеса, ввиду того что к определенному сроку придется выплачивать проценты и, возможно, часть кредита. Как правило, это сложно для нового бизнеса, поэтому следует максимально минимизировать кредитную составляющую стартового капитала.

Предприятие, выдающее кредит, может предоставить денежные средства для стартового капитала в зависимости от целей их назначения:

- ✓ меньше проблем составит получение кредита на приобретение земельных участков, зданий и оборудования;

- ✓ кредит для оборотного капитала получить более проблематично, сумма кредита может быть существенно меньше требуемой.

Куда можно обратиться за кредитом для начала своего дела?

1. Банки. Самый частый источник кредитных средств для начала предпринимательской деятельности – банки. Ссужение денежных средств людям и бизнесу – их основная задача.

2. Меры государственной поддержки начинающих предпринимателей: финансовая поддержка, предоставление поручительств и гарантий, льготные кредиты.

Начинающим предпринимателям государство готово помочь приобрести оборудование, компенсировать расходы по обустройству рабочих мест, аренде помещения и другие.

3. Венчурные фонды – инвестиционные фонды, ориентированные на работу с инновационными предприятиями и проектами. К особенностям работы с венчурными фондами относится то, что фонд в большинстве случаев входит в уставный капитал предприятия, при этом сразу оговаривают условия выхода фонда из проекта и условия выкупа его доли предприятия. Венчурные фонды работают с высокорискованными и высокодоходными проектами.

4. Частные инвесторы – это люди, которые вкладывают свои личные средства в различные проекты. В большинстве случаев частный

инвестор вкладывает средства в проект, при этом он также может войти в уставный капитал. Размер его доли определяется исходя из суммы его инвестиций и будущей капитализации предприятия (определяется исходя из будущего размера поступлений денежных средств). Частный инвестор может вложиться в проект на самой ранней стадии, но при этом объем его вложений бывает сравнительно небольшим.

5. Лизинг. Вместо приобретения оборудования, у вас есть возможность получить его на условиях лизинга. Лизинг схож с арендой. Лизинговая компания может предоставить оборудование на конкретный период и тогда Вам не понадобится его приобретать. Вы будете каждый месяц оплачивать его использование, аналогично арендной плате. В подобном случае потребуется лишь небольшая сумма стартового капитала для обеспечения исполнения обязательств по платежам и оборотный капитал для производства и последующей выплаты сумм за использование оборудования.

С помощью лизинга Вы получаете доступ к дорогостоящему оборудованию, но следует учитывать, что через определенное время выплаты, за использование оборудования, достигнут большей суммы, чем оно стоит.

Основное преимущество лизинга состоит в том, что Вы можете значительно уменьшить сумму стартового капитала.

2. Другие источники. Вам могут предложить кредит члены Вашей семьи или друзья. В некоторых ситуациях это может быть хорошим решением, но, если бизнес понесет убытки и возникнут трудности с погашением кредита, могут пострадать отношения. Иногда можно получить частный кредит у сторонних лиц, но такие кредиты имеют очень высокую процентную ставку

Тема 6. Работа в командах

Любое хорошее начинание рискует стать провальным, если у вас нет эффективной команды. От неё зависит успех проекта.

Ведь сделать проект в одиночку не просто, даже самому подготовленному основателю. Это не значит, что если у вас нет команды, то вам не надо начинать проект. Команду можно собрать и по мере работы, но формирование команды должно быть одной из ваших приоритетных задач.

Что такое результативная команда в проекте?

Результативная команда — это группа людей, совместно действующих для достижения общей цели обладающих необходимыми компетенциями для осуществления ключевых бизнес-процессов в зависимости от сложности вашего проекта и людей, которые над ними работают.

Эффективной командой могут считаться как два основателя так и несколько человек 2345....10....15.

Каких людей брать в команду?

Ищите людей, которые будут мотивированы на достижение общих целей и желательно чтобы они разделяли ваши ценности и взгляды.

Наиболее эффективной будет команда из людей, которые мотивированы на развитие компании, обладают долями в проекте или опционами, и которые готовы посвящать работе часть своего времени невзирая на поздний час или выходные

Когда создавать команду?

Создание команды — это один из первых этапов в развитии проекта и этот процесс может быть постоянным. Желательно искать людей сразу после того, как у вас появилось твердое намерение создать бизнес и сформулирована идея. Иногда найти нужных людей не просто.

В таком случае развивайте проект самостоятельно, и команда рано или поздно найдется, ведь работая над проектом, вы будете демонстрировать свои результаты, а хорошие результаты привлекут внимание людей.

Где искать недостающих участников команды?

Предлагаем несколько вариантов:

1. Друзья, знакомые, родственники. Подумайте, кто из ваших знакомых может взять на себя ту или иную роль, расскажите им о своем проекте и предложите партнерство.

2. На мероприятиях: хакатоны, форумы, финалы акселераторов, профильные выставки. Приходите на мероприятие, знакомьтесь, выстраивайте отношения, находите коллег, партнеров и инвесторов.

3. Воспользуйтесь бесплатным онлайн сервисом «Венчурного Акселератора» по поиску команды в стартап <http://community.1va.vc/>.

Практика показывает, что если мы говорим о стартапе, то самые лучшие команды получаются из людей, у которых есть отношения вне работы. Например, это могут быть ваши знакомые из вуза или по прошлой работе или, может быть, просто надёжные друзья. Когда стартап подрастет

и вам понадобится набирать линейный персонал, придет время пользоваться HR сервисами.

Как управлять командой?

В первую очередь эффективность команды зависит от основателя. Рекомендуем начать работу с командой, обсудив базовые вопросы. Какая цель вашей компании? Какую проблему решает стартап? Как будут распределены обязанности и доли? Каков первоначальный план?

Эффективное управление придет с опытом. Существует целый ряд программ и инструментов управления командой которые проверены временем: некоторые из них мы далее освещаем в нашем курсе и в дополнительных лекциях. Например, методология PDCA, AGILE подход или метод HADI.

Сколько денег нужно платить членам команды?

В начале старайтесь привлекать недостающих проекту людей за долю или опцион. Собственные и инвестиционные средства лучше расходовать на развитие. Финансовые модели некоторых проектов на ранних стадиях, которые еще не приносят прибыль, но в которых уже фигурирует выплата средней по рынку заработной платы основателям — зачастую не жизнеспособные.

Зарплата является оценкой вклада труда сотрудника в прибыль компании. Чем больше такой вклад, тем на большую зарплату можешь рассчитывать. Но пока нет прибыли, о каком значительном вознаграждении может идти речь?

2.2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ «ПРИДУМАЙ! ОРГАНИЗУЙ! СОЗДАЙ И ЗАРАБОТАЙ!»

Аннотация

Деловая игра – это творческая, эмоциональная и динамичная форма обучения. Данная игра позволяет учащимся на практике усвоить процесс создания фирмы. Игра может проводиться в рамках потока, школы и межшкольного соревнования.

Существенной особенностью является то, что игра может использоваться и как форма закрепления изученного ранее материала, и как способ повышения интереса к экономическим дисциплинам (без специальной подготовки). В первом случае условия игры могут усложняться в зависимости от возрастной группы и степени усвоения

учащимися соответствующих тем.

Идея игры состоит в последовательном прохождении 5 условных этапов создания фирмы и напоминает старую добрую игру «по станциям». Вариации проведения зависят от конкретных целей или события, к которому может быть приурочена игра. Также возможен вариант, когда командам дается один определенный продукт (например, галстуки), а команды создают фирму для его производства и реализации. В дополнение могут предоставляться материалы для создания условного образца продукции. В конечном счете, все зависит от фантазии организаторов и участников.

Участники - Игроки команд – учащиеся 8-10 классов общеобразовательной школы

В жюри могут входить учителя, родители, ученики, а также представители бизнеса и общественных организаций. Стоит отметить, что участие в игре родителей, предпринимателей и общественных организаций может значительно повысить активность игроков.

Игру целесообразно открывать или завершать выступлением гостей, мастер-классами и тренингами.

Цель игры - обучение в игровой форме основным понятиям в области предпринимательской деятельности.

Организация игры

Для игры необходимо пять кабинетов (классов), где будут проходить этапы игры, и большое помещение, где будет начинаться и заканчиваться игра, например, актовый или конференц-зал. Каждый этап оценивается жюри (учителя, родители, бизнесмены, представители общественных организаций, ученики). В конце игры жюри всех кабинетов совещаются и выявляют победителя. В это время участники делятся впечатлениями об игре.

Ход игры

Учащиеся объединяются в команды по 5-10 человек. Команды последовательно проходят 5 этапов создания фирмы.

Каждый этап имеет жесткие временные ограничения – максимум 15-20 минут, хотя при возможности сроки могут быть увеличены. Чтобы не создавать задержки в прохождении игры, команды расходятся по кабинетам, где проходят первый этап игры. По его завершению команды меняют классы, где проходят последующие этапы.

Таким образом, жюри одного кабинета оценивают каждую команду по определенному этапу игры.

Нулевой этап: «Старт-финиш». Это начальный и конечный пункт игры. На старте происходит знакомство с правилами игры, раздаются маршрутные карты. На финише команды обсуждают трудности, успехи и полученные навыки.

Этап 1. «Придумай!». Формирование бизнес-идеи. Команды знакомятся с понятиями: предпринимательская деятельность, бизнес-идея, инновация. Участники должны принять решения о том, какой продукт или услугу они будут производить, и обосновать, насколько реален и актуален их выбор.

Этап 2. «Организууй!». Создание фирмы. Команды знакомятся с понятиями: фирма, организационные формы фирм, уставный капитал. В результате жюри должна быть представлена организационная структура фирмы, выбран руководитель компании и назначены на основные должности другие члены команды, а также определены потребности фирмы в персонале.

Этап 3. «Планируй!». Создание бизнес-плана. Команды знакомятся с понятиями: бизнес-план и его разделы. Команды должны представить и обосновать разработанные ими основные положения планов производства, маркетинга и финансов.

Этап 4. «Создай!». Организация производства. Команды знакомятся с понятием «технология» и представляют свое видение производственного процесса фирмы.

Этап 5. «Заработай!». Сбыт продукции. Команды знакомятся с понятиями: сбыт, организация и стимулирование сбыта. Представляют рекламную компанию своего продукта или услуги.

В Приложении 1 представлены Листы ответов на каждом этапе.

2.3 ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПРОЕКТНОЙ ШКОЛЫ

Требования к месту проведения занятий

Занятия в Проектной школе рекомендовано проводить на базе общеобразовательных школ, организаций высшего образования в учебных классах и аудиториях, которые наиболее привычны для участников и удобны для преподавателей, в части решения организационных вопросов.

Для организации занятий в Проектной школе преподавателю необходимо заблаговременно (за 2-3 недели до начала курса) встретиться с

администрацией заведения, осмотреть предложенную аудиторию и согласовать график проведения занятий.

Учебная аудитория должна быть вместимостью не менее 30 человек, а также оснащена маркерной или меловой доской с письменными принадлежностями, проектором, экраном (или плазмой) и персональным компьютером.

Требования к преподавателям

Для реализации программы Проектной школы необходимо подобрать преподавательский состав из числа бизнес - наставников и преподавателей-тренеров, соответствующих следующим квалификационным требованиям:

– специалисты в области создания и развития бизнеса (бизнес-наставники), имеющие успешный опыт проведения бизнес-тренингов с использованием интерактивных методов обучения по обозначенным в рамках образовательных программ тематикам не менее 3-х лет;

– преподаватели-тренеры, имеющие опыт выступления на мероприятиях с участием молодежи, опыт обучения и наставничества молодых предпринимателей не менее 3-х лет (наличие положительных отзывов о работе), а также признанные экспертным профессиональным сообществом.

Порядок проведения занятий в Проектной школе

Рекомендовано проведение занятий: 1 урок по 45 минут в формате интерактивной методики.

На основании собранных заявок на участие в Проектной школе формируются группы из числа учащихся 8-10 классов общеобразовательной школы. Рекомендуемое количество участников одного курса не более 20 человек.

Перед началом занятия преподавателям необходимо подготовить необходимый раздаточный материал, который будет представлен участникам в процессе обучения. Между темами допускается интервал в 1-2 недели. Проведение занятий должно быть согласовано с администрацией школы (в соответствии со школьным расписанием) во избежание пересечений с основной учебной программой.

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для эффективной реализации обучающих мероприятий следует подготовить необходимое оборудование, наглядные и учебные материалы и обеспечить удобства для его участников.

Для создания соответствующих условий рекомендуется использование следующих материалов и оборудования:

- ✓ проекционного экрана с отражающим типом полотна или плазмы, конструкцией на жесткой основе и видеопроектора для трансляции презентаций, видеоконференций и т.д.;
- ✓ персонального компьютера/ноутбука, принтера для преподавателей и участников образовательных программ в зоне проведения мероприятий;
- ✓ раздаточного материала (наглядные и учебные материалы, согласно требованиям обучающих программ);
- ✓ канцелярские принадлежности для участников и тренеров мероприятий (блокноты, ручки, карандаши, маркеры, папки, канцелярский скотч, бумага А4, цветная бумага, флип-чарт, флипы, стикеры и т.д.).

Проведение онлайн-мероприятий

При проведении онлайн-мероприятий допускаются следующие форматы мероприятий:

- ✓ онлайн-трансляции семинаров, тренингов, мастер-классов для участников образовательной программы;
- ✓ организация и проведение телемостов и видеоконференций с участием федеральных и региональных бизнес-тренеров и экспертов;
- ✓ проведение дистанционных курсов, онлайн-обучения и вебинаров по тематикам, соответствующим содержанию образовательной программы;
- ✓ создание медиатеки, содержащей материалы, статьи и видеоуроки по тематикам, соответствующим содержанию образовательной программы.

2.4 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Рекомендуемая литература

1. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Абрамс Р., Комаров С. - Москва : Альпина Пабли., 2016. - 486 с. Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/773651> (дата обращения: 22.01.2020)
2. Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н., - 2-е изд. - Москва : Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 336 с.: Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1068857> (дата обращения: 22.01.2020)
3. Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов : научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. — 2-е изд. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 288 с.
4. Губин, Е. П. Предпринимательское право Российской Федерации: Учебник / Губин Е.П., Лахно П.Г., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 992 с. Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1058081> (дата обращения: 22.01.2020)
5. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга / Морозов Ю.В., - 8-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 148 с.: Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/415044> (дата обращения: 22.01.2020)
6. Романова, М. В. Бизнес-планирование : учеб. пособие / М.В. Романова. — Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 240 с. — (Среднее профессиональное образование). Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/945954> (дата обращения: 22.01.2020)
7. Ротер, М. Учись видеть бизнес-процессы. Практика построения карт потоков создания ценности / Ротер М., Шук Д., Пер. Муравьевой Г., - 5-е изд. - Москва : Альпина Пабли., 2017. - 136 с. Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/926117> (дата обращения: 22.01.2020)

Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

1. Российское предпринимательство // <https://creativeconomy.ru/journals/rp>
2. Предпринимательство // <http://predprinimatelstvo.su/>
3. Экономика и предпринимательство // <http://www.intereconom.com/>
4. Инновации // <http://www.maginnov.ru/>
5. Инновации и инвестиции // <http://innovazia.ucoz.ru/>
1. <http://www.aup.ru/books/i000.htm> - учебники, монографии, статья по экономической теории и другим различным разделам экономики.
2. <http://www.bibliotekar.ru/biznes-63/25.htm> - обширная электронная библиотека экономической литературы
3. <http://www.economicus.ru>
4. <http://www.gks.ru> – Официальный сайт Федеральной службы статистики (Росстат)
5. <http://www.rbk.ru>
6. <http://www.economy.gov.ru> - Официальный сайт Министерства экономического развития РФ.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

1 этап. Бизнес-идея

1. Варианты бизнес-идеи:
 - ✓
 - ✓
- Конечный вариант
2. Новизна товара
(преимущества перед конкурентами; новизна - если есть, то в чем?)
3. Примерная цена продукта
4. Потребитель
(все население города/района/микрорайона; конкретная группа населения, например, школьники, пенсионеры, бизнесмены, студенты, туристы и т. д.)
5. Имя компании и товара / услуги:
 - Вариант 1
 - Вариант 2
 - Вариант 3
 - Конечный вариант
6. «Портрет» товара/услуги (эскизы, словесное описание):

2 этап. Создание фирмы

1. Товар/услуга
 2. Цена
 3. Сегмент (часть) рынка.....
(мир/страна/город/район/микрорайон)
 4. Потребность в рабочей силе (количество работников).....
 5. Необходимый уставный (начальный) капитал
 6. Организационно-правовая форма предприятия.....
 7. Глава фирмы и его заместители
- (глава избирается командой, а остальные должности распределяются, исходя из потребностей фирмы и личных качеств каждого участника)

3 этап. Бизнес-план

1. Стартовый товар/услуга
 2. Целевые группы
(кто является потребителем, какая группа населения)
 3. Сегмент рынка
(мир/страна/город/район/микрорайон)
 4. Себестоимость продукта
- (стоимость производства единицы продукции = стоимость сырья + стоимость производства (стоимость оборудования + оплата труда)

работников))

5. Потенциальная цена
6. Цены конкурентов
7. Итоговая цена
8. Плановый объем производства

(количество товаров или услуг, которое планируется произвести и продать на начальном этапе)

9. Плановая прибыль

(Цена - Себестоимость) x Количество товаров или услуг

4 этап. Технология

1. Товар / услуга
2. Технология (последовательность операций в производстве товара / услуги)
3. Стоимость основного капитала
4. Стоимость оборотного капитала (сырья)
5. Потребности в рабочей силе.....

5 этап. Сбыт

1. Прямые продажи
- (плановый % или количество прямых продаж)
2. Розничная торговля
- (плановый % или количество розничных продаж)
3. Оптовая торговля.....
- (плановый % или количество оптовых продаж)
4. Продажа через торговых агентов
- (плановый % или количество продаж через торговых агентов)
5. Рекламная компания (Рекламный слоган. Плакат)

Учебно-методическое пособие
А.Р. Давыдович, Э.И. Латиева, И.Б. Васильева, И.А. Мушкина
ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА
Программа и методические указания по организации работы проектной школы.
В авторской редакции
Подписано в печать 25.06.2023. Формат 29,7 × 42/4.
Бумага офсетная. Печать трафаретная.
Уч.-изд. л. 2,64. Усл. печ. л. 4,7.
Гарнитура Times New Roman.
Тираж 50 экз.

Редакционно-издательский центр Сочинского государственного университета,
354003, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии Сочинского государственного
университета, 354003, г. Сочи, ул. Пластунская 94